

Hábitos del uso de Netflix en un grupo de estudiantes de un centro educativo de nivel secundario en Los Aguayos, San Francisco de Macorís

Fernández, Laury; García, Clara; Rosario, Ana; Matos, Carolina

Asesora: Dra. Andrea Manjarres Herrera

RESUMEN

Esta investigación tiene como objetivo conocer el uso de Netflix y su incidencia en las relaciones familiares, en estudiantes de un centro educativo en los Aguayos, San Francisco de Macorís. Es una investigación mixta con el paradigma pragmático y el diseño explicativo secuencial Dexplis, esta se efectuó con una muestra de 34 estudiantes entre edades de 16-50 años mediante Google formularios vía WhatsApp y mediante un grupo focal. Los datos fueron analizados mediante los programas Excel y Atlas.ti. Se concluye que las relaciones familiares se ven afectadas debido a la auto percepción que tienen en cuanto al uso excesivo y de visualización individual de contenido en Netflix mediante los dispositivos móviles, lo cual se traduce en una dinámica familiar poco armoniosa y cohesionada.

PALABRAS CLAVE:

Netflix, hábitos, adicción, estudiantes, relaciones familiares

ABSTRAC

This research aims to know the use of Netflix and its incidence in family relationships, in students of an educational center in Los Aguayos, San Francisco de Macorís. It is a mixed investigation with the pragmatic paradigm and the Dexplis sequential explanatory design, this was carried out with a sample of 34 students between the ages of 16-50 years using Google forms via WhatsApp and through a focus group. The data were analyzed using the Excel and Atlas.ti programs. It is concluded that family relationships are affected due to the self-perception they have regarding the excessive use and individual viewing of content on

Netflix through mobile devices, which translates into an unharmonious and cohesive family dynamic.

KEYWORDS:Netflix, habits, addiction, students, family relationships

Introducción

El desarrollo del internet y las nuevas tecnologías han llevado a nuevos hábitos de consumo audiovisuales como Netflix. Leiva, Albornoz y Gómez (2021) sostienen que en la actualidad Netflix es un fenómeno importante en nuestro tiempo donde cada día aumenta más la cantidad de personas que utilizan esta plataforma digital disponible en los dispositivos como: computadora, televisores, celular o Table, ya que su continuo uso puede llevar a la adicción, ya que muchos usuarios pueden durar horas viendo series.

Es un hecho que Netflix se ha convertido en la principal compañía transnacional que provee servicios de video bajo demanda, en casi todos los países del mundo a excepción de China, Crimea, Corea del Norte y Siria. Leiva, Albornoz y Gómez (2021) establecen que es una necesidad conocer que tanto es utilizada la plataforma Netflix y si puede estar provocando algún tipo de adicción en los usuarios de la población que lo utilizan.

Según historia de Netflix (2021) expresan que es en 1997 cuando a Reed Hastings y Marc Randolph se le ocurrió alquilar DVD por correo postal. Para probar su concepto se enviaron un DVD a sí mismos cuando este llegó intacto, nació la idea de Netflix. En 1998 se lanza Netflix.com, primer sitio de alquiler y venta de DVD. En el 1999 nace el servicio de suscripción de Netflix, que ofrece a sus miembros alquileres ilimitados de DVD sin fecha fija de devolución. Para el 2000 Netflix implementa un sistema de recomendación de películas personalizadas. En el 2003 Netflix recibe una patente de la oficina de patentes y marcas de los Estados Unidos para cubrir el servicio de alquiler por suscripción y otras extensiones al mismo tiempo que supera el millón de miembros. Para el 2005 lanza la función perfil, que permite a los miembros crear lista para distintos usuarios o estilo. Ya para el 2006 alcanza 5 millones de miembros. Para el 2007 se lanza el servicio de streaming

que permite a los miembros ver series y película al instante. En 2008 Netflix se asocia con marca de electrodoméstica de consumo para el streaming llega a Xbox 360, reproductores de Blu-ray y decodificadores. Para el 2009 las asociaciones para streaming se expanden a la TV conecta a internet, el servicio alcanza los 10 millones de miembros. En 2010 Netflix llega a Canadá y el streaming a los dispositivos móviles y estrena la primera experiencia de streaming dedicada a los niños. Es para el 2011 cuando Netflix incursiona en Latinoamérica y el Caribe y aparece el primer botón Netflix en controles remotos.

Desde la perspectiva de Paniagua (2021) manifiesta que para el 12 de septiembre del 2011, cuando Netflix comenzó a expandirse por República Dominicana, más rápido de lo que se pensaba y más barato, al mismo precio que en Estados Unidos, por tan solo US\$7.99 dólares (RD\$303.62 pesos dominicanos) el país puede disfrutar de una de las formas más económica de ver películas y series de televisión legalmente, y todo a través del internet.

En el 2012 alcanza los 25 millones de miembro y se expande a Reino Unido, Irlanda y los países nórdicos. En 2013 se estrena el primer grupo de series originales de Netflix. En el 2014 el servicio sobrepasa los 50 millones de miembros y se extiende a Australia, Bélgica, Francia, Alemania Luxemburgo y Suiza. En el 2016 se expande a 130 países más, y lleva su servicio a suscriptores en más de 190 países y 21 idiomas. Para el 2017 el número global de suscriptores alcanza los 100 millones, y en el 2021 supera los 20 millones de suscriptores (Historia de Netflix, 2021).

Desde el punto de vista de Perfil de La Empresa(2021) afirman que en la actualidad Netflix es uno de los servicios de entretenimiento líderes en el mundo con 214 millones de membrecías paga en más de 190 países que disfrutan en series de televisión, documentales y largometrajes en una amplia variedad de géneros e idiomas. Los miembros pueden ver todo lo que quieran, en cualquier momento, cualquier lugar y cualquier pantalla conectada a internet. Los miembros pueden reproducir, pausar y reanudar la visualización, todo sin comerciales ni compromiso.

Ciertamente Netflix y el surgimiento del internet han modificado profundamente la industria del cine y la televisión en el mundo, Goñi y Capete (2012) mencionan que

Ofreciendo un catálogo audiovisual amplio de series y películas cinematográficas que pueden ser consumidos en streaming, con previo pago de una suscripción mensual. El público ya no tiene que asistir a las salas de cine ni seguir los horarios de programaciones de la televisión para consumir sus películas y series favoritas. Las nuevas empresas de distribuciones de contenido audiovisuales a través del internet han conseguido ofrecer un servicio que demandaba el público actual.

Ojer y Capapé (2014) citando a Müller y Ariño (2018) destacan que a partir del desarrollo de Internet y los dispositivos móviles, las nuevas generaciones prefieren el consumo personalizado ya que tienen la posibilidad de consumir los contenidos cuándo y dónde quieran, frente a lo cual las nuevas empresas dedicadas al desarrollo y distribución de contenido digital han conseguido ofrecer un servicio acorde a la demanda del público actual, como es el caso de las plataformas de streaming como Netflix. Como mencionan los autores Netflix se ha convertido en una plataforma de consumo porque brinda un gran acceso y presenta una lista de contenidos interminables, de modo que es destacada como una tendencia del momento.

Estas nuevas modas de consumo llevan a creer erróneamente que el individuo puede dejar de lado su rol pasivo que tenía frente a las tradicionales formas de ver contenido audiovisual para lograr su autonomía y adquirir una actitud activa frente a estos nuevos modos de ver entretenimiento, Soto(2019) resalta que la falta de autonomía del suscriptor nace por las propias características de Netflix, que permiten nuevas experiencias de consumo de contenidos. Allí el usuario elige qué quiere ver, cuándo, dónde y cómo. Además, pueden reproducir, pausar y ver el contenido sin publicidad. El usuario cree que tiene el control sobre el contenido que mira, diferente a la televisión tradicional donde el control lo tiene el programador o el exhibidor. Es evidente entonces que como Netflix ofrece de forma simplificada y creativa la visualización de contenido a la carta y en el momento deseado, los usuarios sientan cierta fascinación y es difícil establecer un límite de tiempo usando la aplicación, esta dependencia se convierte en una adicción de la cual en ciertas ocasiones no se tiene una real consciencia de su magnitud.

El consumo de Netflix es algo habitual entre los más jóvenes, sin distinción de estatus social, político o económica, una gran parte de la población juvenil tiene acceso a esta plataforma, Mejía (2018) menciona que, a partir de consumo de Netflix, pese a diferencias económicas, culturales y locales, los jóvenes universitarios están adecuados a aquello que la convergencia a internet genera a nivel mundial.

Según Mejía(2018) manifiesta que los estudiantes son consumidores más activos que no sólo visualizan contenido, sino que se relaciona con el medio y otros usuarios a partir del vínculo creado por el contenido, existiendo una participación e incluso generando comunidad y deviniendo en pro consumidores. Además, los usuarios tienen conciencia de consumidores, es decir, exigen a la marca lo que quieren y están dispuestos a reemplazarla si esta no cumple con sus expectativas o si encuentran otra que la supere. Los consumidores de Netflix tienen ideales muy marcados al momento de elegir el contenido que desean visualizar, esto nos indica que en la población estudiantil existen fuertes hábitos de consumo que van desde elegir el contenido, reemplazar la marca, tener expectativas, entre otros.

Para Mejía(2018) destaca diferentes puntos que son de gran relevancia al tema propuesto a nivel general. De todos los datos analizados, apuntan a la gran popularidad de dicha plataforma entre los jóvenes de diferentes estratos sociales en especial en la etapa universitaria. Además de esto, analizan dicho consumo desde diferentes enfoques como el tipo de contenido que mayormente consumen los hombres sobre las mujeres. Se considera que Netflix tiene en general una buena estrategia enfocada en el consumidor, el uso de algoritmos es percibido como algo habitual, aunque se reconoce que las recomendaciones del medio pueden llevar al usuario a consumir siempre el mismo tipo de contenido.

De acuerdo con la era globalizada y tecnológica en que estamos viviendo muchos usuarios prefieren usar Netflix, y el contenido televisivo tradicional es cosa del pasado, tal como expresan, Cabrera y Pérez (2016) citado por (Mejía, 2018) manifiesta que Netflix es popular entre los jóvenes universitarios, más de un tercio es miembro y de aquellos no miembros el 80% afirman desear serlo, más aún las mujeres y los más jóvenes. Un estudio

de Cuenca, Ecuador, muestra que los jóvenes universitarios ya no se sienten identificados con el contenido tradicional televisivo, sino que prefieren un menú a la carta que les permite libertad, decisión y flexibilidad horaria donde Netflix y los servicios online son percibidos como un modelo ideal de televisión. Netflix aporta una amplia gama de contenido y flexibilidad que permite a sus usuarios sentirse cómodos y satisfechos al momento de utilizar esta plataforma.

Debido a que Netflix es una plataforma tan atractiva, de modo que ofrece múltiples ventajas y es de fácil acceso, Berti, Basabey Schiavoni (2016) citado por (Mejía 2018)

Sostienen que se ha evidenciado que los jóvenes son propensos a crear hábitos de consumo, invierten un tiempo significativo en la visualización de contenido, y esto se traduce en cierta gratificación. Los resultados de las estrategias implementadas por el medio se evidencian en la percepción de los hábitos de consumo, casi seis de cada diez jóvenes creen que los universitarios dedican demasiado tiempo a Netflix y que lo usan en lugares destinados principalmente a otras actividades. Una investigación realizada en Rosario, Argentina, muestra también a Netflix como un fomentador de consumo online al tener características de fácil apropiación, adaptabilidad y operatividad para las nuevas generaciones. La visualización por amplios períodos de tiempo es valorada por los estudiantes con entusiasmo y concuerdan con que es algo que vale la pena hacer. Este factor es también analizado por Matrix (2014) citado por (Mejía, 2018) menciona que quien investiga el consumo de Netflix en jóvenes estadounidenses afirmando que las audiencias jóvenes experimentan cada vez más atracones de contenido y que este hábito no sólo se está volviendo culturalmente aceptable, sino que, fomentado lo cual nos recuerda la relevancia de las TIC's y su estrecha relación con y en las nuevas generaciones. Es importante tener presente que los hábitos de consumo de Netflix son cada vez más aceptados y que es necesario crear consciencia al momento de utilizar esta plataforma.

Esta relación con los medios de comunicación puede generar una actitud pasiva del individuo. Debido a que se pone durante varias horas de su vida frente a la pantalla para ser un espectador de la actualidad, Soto (2019) menciona que esta actitud pasiva los lleva a

generar una forma de ilusión en la medida que deja al criterio de cada uno el elaborar puntos de vista, opiniones en general bastante inducidas, pero percibidas como personales. La adicción a la imagen aísla al individuo y le propone simulacros del prójimo. El uso de Netflix ha creado cierto impacto y dependencia emocional, por lo que dedicar largas horas de consumo en Netflix se ha convertido en un atractivo entretenimiento el cual no solo es catalogado como un simple hábito, sino que en ocasiones se convierte en una adicción.

Una adicción puede definirse como una dependencia a una sustancia o situación que produce placer, dicha dependencia es producto de circunstancias personales determinadas (Basile 2006) citado por (Verdosoto y Negret 2018). La adicción crea un estado de dependencia en el organismo y la persona se sumerge en una sensación de placer que la induce a querer seguir conectado a la experiencia.

Vivimos en una época extremadamente digital y globalizada y es muy común que la tecnología forme parte de nuestra vida cotidiana. Uno de los acontecimientos de mayor trascendencia en los últimos años, ha sido el progresivo impacto del uso de nuevas tecnologías en los estilos de vida y en el desarrollo de las relaciones de socialización. (Baruch 2001) citado por (Verdosoto y Negret 2018).

Es preciso señalar que la relación familiar pueden verse afectada por el uso constante de las nuevas tecnologías hasta el punto de variar la dinámica familiar, Hernández, Valladares, Rodríguez y Ganén (2017) mencionan que la cohesión familiar es una de las dimensiones centrales de la dinámica familiar, entendida como los lazos emocionales que los miembros de la familia tienen unos con otros y el grado de autonomía personal que experimentan, medidas en términos de relaciones más frecuentes y estrechas entre ellos, y que se expresa generalmente en actitudes de apoyo mutuo, realización de actividades juntos y afecto recíproco. En tal sentido si algún miembro de la familia pasa muchas horas sentado detrás de una pantalla viendo Netflix la cohesión familiar podría variar e incluso verse afectada el funcionamiento de la misma.

El funcionamiento familiar es ese conjunto de rasgos que caracteriza a la familia como un sistema y explica las regularidades en que ésta funciona, evalúa o se comporta, Avilez y

Uscanga (2018) destacan que el funcionamiento familiar se caracteriza por tener dos dimensiones de interacción con sus miembros: la flexibilidad y la cohesión. La flexibilidad es la capacidad que tiene el sistema familiar para cambiar roles, reglas y estructuras de poder, en respuesta al desarrollo y estrés situacional, es decir, la habilidad para cambiar sus estructuras y adaptarse. Por su parte, la cohesión se refiere al vínculo emocional que existe entre los miembros, integra el respeto, el afecto familiar y la unión de los padres. Estas dimensiones no pueden considerarse independientes, porque sus funciones son complementarias, ya que con frecuencia las familias altamente cohesionadas son también familias más flexibles.

En este sentido, Avilez y Uscanga (2018) señalan que el funcionamiento familiar puede cambiar a medida que una sociedad se modifica, actualmente muchas familias se enfrentan a la constante transformación ocasionada por la urbanización y la industria moderna, situación que las ha obligado a desarrollar habilidades especializadas para adaptarse a estos nuevos escenarios que están impactando el ámbito familiar y algunas decisiones, consideran que la familia es un sistema que está en constante transformación, lo que le permite desarrollarse y crecer, sin embargo cuando su funcionamiento es deficiente, existe la posibilidad de que no logre adaptarse y esto le genere consecuencias y situaciones estresantes o cambios. Esto puede generar problemas como es el distanciamiento en el entorno familiar.

Método

La presente investigación en relación a hábitos del uso de Netflix en un grupo de estudiantes de un centro educativo en Los Aguayos San Francisco de Macorís, se llevó a cabo con 34 estudiantes de un centro educativo del nivel secundario, desde un enfoque mixto con el paradigma pragmático y el diseño explicativo secuencial, este consiste en dos etapas de recolección y análisis de datos, este consiste en una primera etapa en la cual se recaban y analizan datos cuantitativos, seguida de otra donde se recogen y evalúan datos cualitativos.

La mezcla mixta ocurre cuando los resultados cuantitativos iniciales informan a la recolección de los datos cualitativos, la segunda fase se construye sobre los resultados de la primera y finalmente, se integran los hallazgos de ambas etapas.

La primera etapa para la recolección de datos cuantitativos se llevo a cabo por medio de una encuesta, donde se utilizola escala de EAIL, la cual consta de 11 ítems que permiten medir la adicción al internet en el ámbito educativo. El Alpha Cronbach de esta escala es de 0,84. Este se adaptó al uso específico de Netflix, Para la aplicación de este instrumento se utilizo el formulario de Google, enviado a los estudiantes a través de WhatsApp. Para el análisis de estos datos se utilizó Microsoft Excel.

En la segunda etapa para llevar a cabo la recolección de datos cualitativos, se realizó un grupo focal el cual se llevó a cabo de manera virtual a través de zoom, el análisis de estos datos, se realizó mediante el programa Atlas.ti el cual es un software de análisis de datos cualitativos, haciendo uso de la categorías de análisis presentadas en la tabla 1.

Tabla 1

Categorías de análisis

Categorías	Subcategorías
Hábitos del uso de Netflix	Entretenimiento Adicción
Relaciones familiares	Cohesionadas No cohesionadas Funcionales Disfuncionales

Resultados

En relación a los resultados según el porcentaje de las personas que tienen adicción a Netflix, en un grupo de estudiantes de un centro educativo de nivel secundario en Los Aguayos, San Francisco de Macorís se encontró lo siguiente:

Tabla 2*Género y nivel de adicción de los participantes*

El 70.6% de los participantes eran de sexo femenino y el 29.4% masculino. Ambos sexos presentaron bajo nivel de adicción en general.

Sexo	Porcentaje	Nivel
Femenino	70.6%	Bajo
Masculino	29.4%	Bajo
Total (n=34)	100%	

Tabla 3

Edad y nivel de Adicción de los participantes

El 55.8% de los participantes eran de edades entre 16 a 25 años mientras que el 2.9% eran entre 46 a 55 años, todas las edades presentaron bajo nivel de adicción.

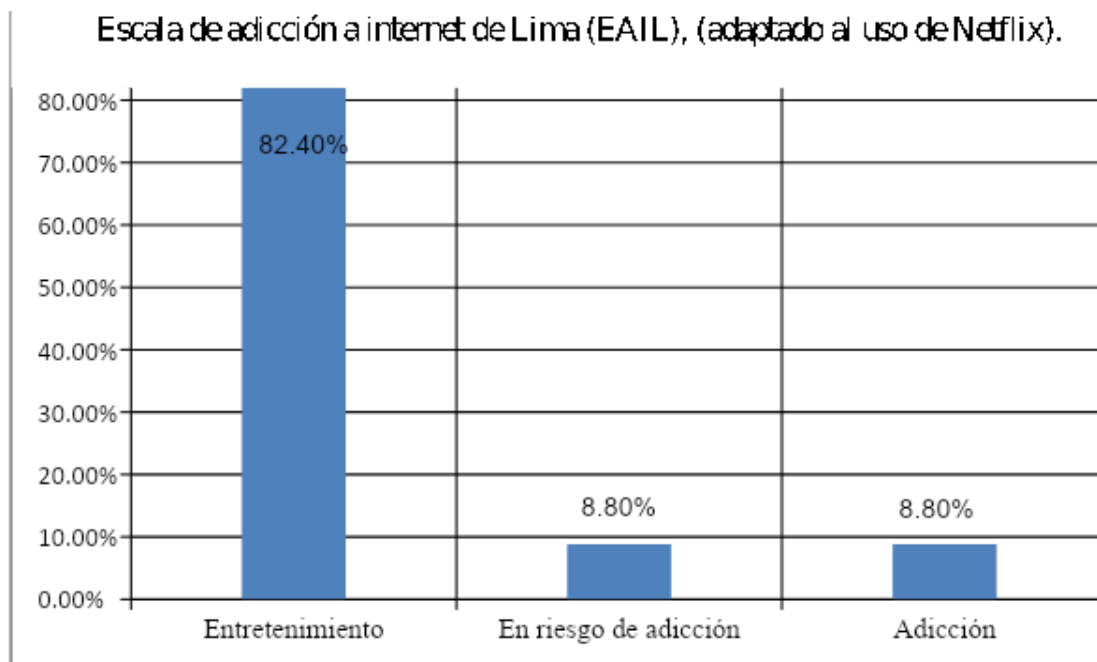
Edad	Porcentaje	Nivel
16 a 25 años	55.8%	Bajo
26 a 35 años	38.4%	Bajo
36 a 45 años	2.9%	Bajo
46 a 55 años	2.9%	Bajo
Total (n=34)	100%	

Tabla 4*Estudiantes que tienen hijos*

El 52.9% de los participantes tienen hijos y el otro 47.1 no tienen hijos, ambos presentaron bajo nivel de adicción.

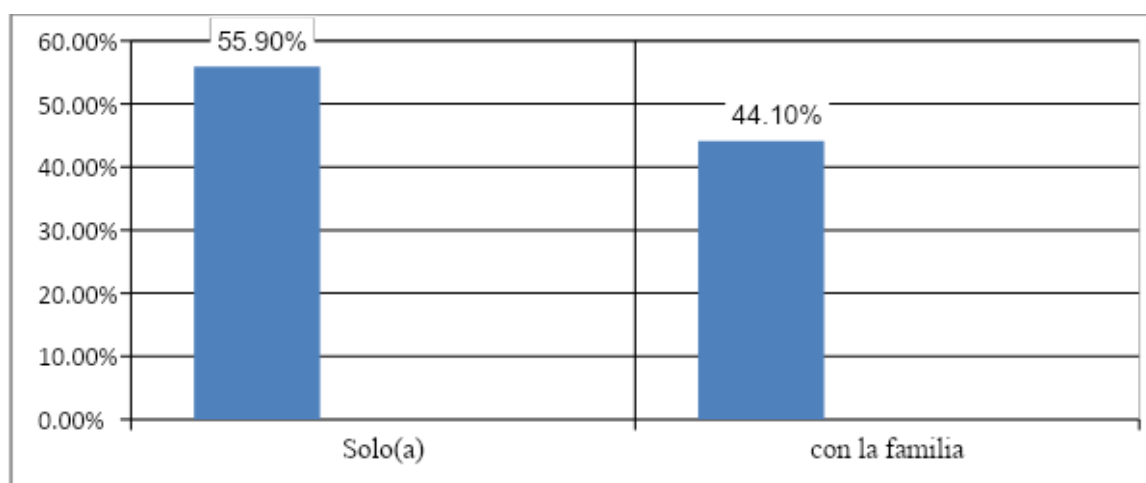
	Porcentaje	Nivel
Tienen hijos	52.9%	Bajo
No tienen hijos	47.1%	Bajo
Total (n=34)	100%	Bajo

Figura 1

Nivel de adicción

El 82.40% de los participantes usan Netflix para entretenerse, el 8.80% están en riesgo de adicción y el otro 8.8% tienen una posible adicción a Netflix.

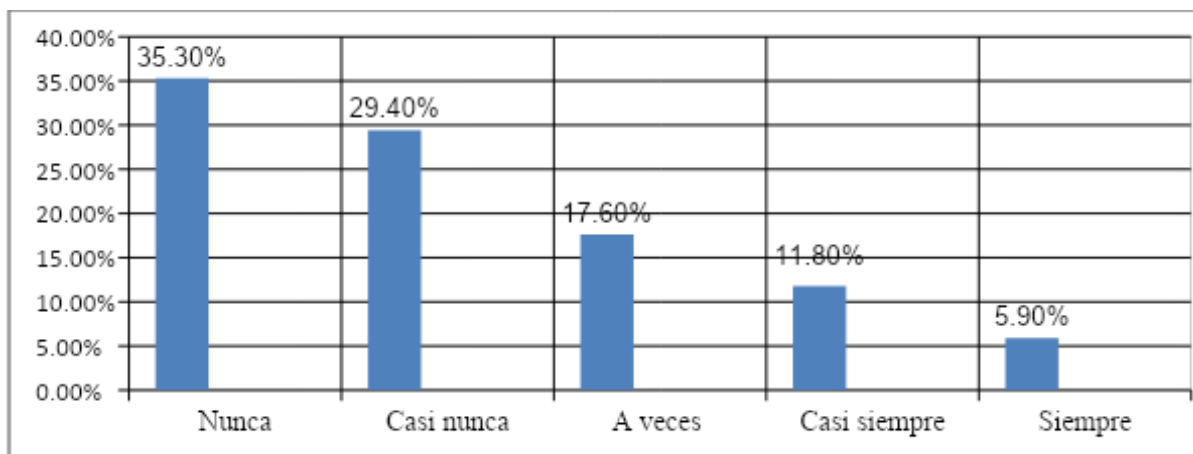
Figura 2

Forma de ver Netflix

El 55.90% de los participantes ven contenido de Netflix solo y el 44.10 en compañía de la familia.

Figura 3

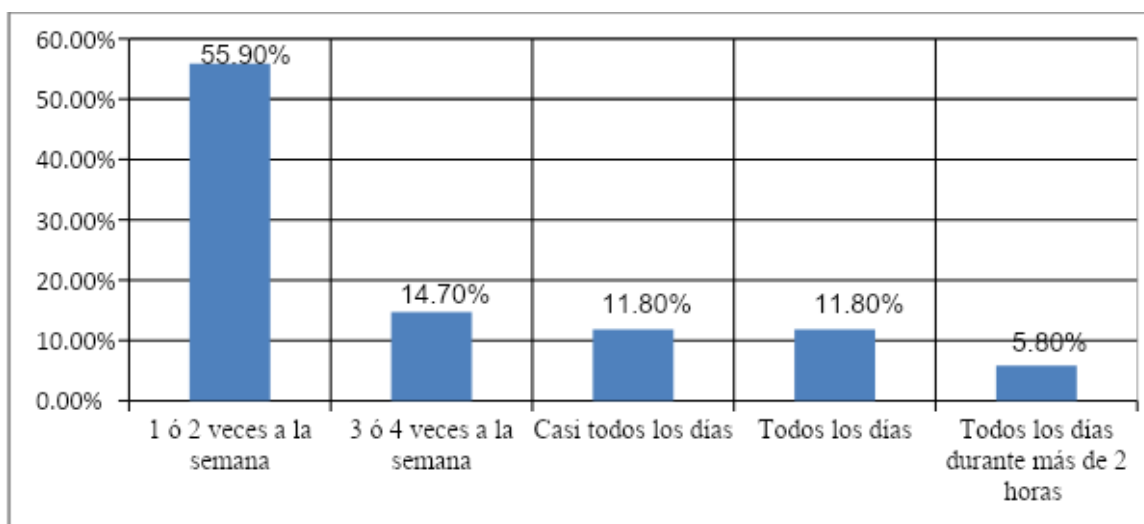
Con que frecuencia pierden horas de sueño por mirar contenido en Netflix



El 35.30% de los participantes nunca pierden hora de sueño, el 29.40% casi nunca, el 17.60% a veces, el 11.80% casi siempre y el 5.90% siempre, la mayoría de los participantes no pierden horas de sueño por ver contenido en Netflix.

Figura 4

Frecuencia con la que ven contenido en Netflix



El 55.90 de los participantes ven contenidos en Netflix 1 ó 2 veces a la semana y el 5.80% todos los días durante más de 2 horas, la mayoría de los participantes le dan un uso moderado.

De acuerdo con los resultados cualitativos obtenidos mediante el grupo focal realizado, el auto percepción de los estudiantes, es que cuando se ve contenido en Netflix, en algunos casos las personas consumen la mayor parte de su tiempo por estar viendo contenido en el mismo, hasta llegar al punto de tener una obsesión. *''Bueno yo puedo decir que ella siente osea siente conformidad seria la palabra viendo la serie osea la película que ella quiera o decida ver, debido a que ella osea hay muchas personas que tienen obsesión con eso simplemente todo su tiempo lo abarcan en ese tipo de aplicación''*

Manifestaron que la relación familiar puede verse afectada, pues las personas pasan muchas horas pegadas de la pantalla de un televisor ó de cualquier dispositivo viendo contenidos en Netflix, los participantes expresaron: *''Me imagino que su relación es una relación digamos no muy buena exacto esa sería la palabra gracias, no convive con su familia''''Se ve muy desatenta, porque ya como ella esta en esa situación se le ve que no es muy atenta a su familia, por tal (sic) en Netflix''*

Así mismo con relación a con quienes suelen ver los contenidos en Netflix, estos prefieren verlo solos, sin la compañía de los demás miembros de la familia. *''Sola'''' Para mí que sola'' '' Como se ve en la imagen se ve que sola ''*

La dinámica familiar puede verse afectada por el uso constante de Netflix, incluso las relaciones familiares pueden ser no funcionales. *''Si por el uso de comunicación'' ''Si se puede ver muy afectada'' ''Claro porque si tiene hijos se puede perder cualquier momento de su familia, porque hoy en día hasta los niños le ponen eso en una Tablet, ya no saben lo que es la infancia, el querer jugar ser feliz, ser creativo seria la palabra, ya no saben lo que es eso debido a toda la tecnología'' '' Claro que sí''*

La auto percepción de los participantes es que suelen pasar un tiempo prudente pegado de la pantalla viendo Netflix y esto influye a no tener una cohesión con los demás miembros de la familia. *''Se podría decir que pasa la mayor parte del tiempo posible pegado al televisor y no pendiente a su familia''*

Debido al constante uso que les dan a Netflix, la relación familiar no es armoniosa desde que usan el mismo. *'' No se le ve que tiene una relación con su familia porque, es que mayormente para conectado a Netflix y siempre es como una obsesión para eso''*

Los participantes tienen una auto percepción de que todo lo que hacen, es sentarse en casa y ver contenido en Netflix, por lo cual mucho de su tiempo lo dedican al mismo. *'' Es como dije en la primera imagen ya es una obsesión, ósea ella ni siquiera pesaría en la frase porque eso ya es un habito de su vida cotidiana, ya eso ella lo convirtió como en una monotonía, para aquellas personas que no saben lo que es algo monótono es algo que se repite una y otra vez'' '' Ósea que todo el tiempo libre que tienen disponible lo pasa en Netflix'' '' Que nada más existe para esa persona Netflix, como si todo el tiempo de su vida la pasa en Netflix'''' Que ella no tiene otra cosa más en su mente que ver Netflix''*

La mayoría de los participantes tienen relaciones familiares no cohesionadas, llevando así el uso constante de Netflix a tener relaciones disfuncionales. *''Bueno ya eso no se llamaría relación familiar, eso se llamaría un círculo vicioso debido a que no tienen*

*ningún tipo de comunicación con su familia porque solo viven pendiente a una sola cosa''
''A esa persona se le ve que su relación solo es con Netflix, que llega a su casa y es una persona que no comparte con su familia, ni con sus hijos porque él lo que esta es obsesionado con Netflix''*

Los participantes expresaron tanto algunos de ellos, como personas cercanas a ellos han tenido un uso excesivo de Netflix. '' Bueno yo puedo poner mi mismo ejemplo tiempo atrás alrededor casi un año yo me obsesione debido a varias series que estaba viendo y me obsesione a un grado que llegaba del trabajo y era a ver Netflix y medí cuenta que estaba perdiendo demasiado tiempo valioso, que en ese tiempo que yo estaba perdiendo, viendo Netflix, yo podía hacer otra cosa que fuera benefactor para mí mismo, por eso yo me identifico con lo que son las imágenes y eso y le exhorto a la juventud y aquellas personas que hay muchas que conozco que no se estanquen en la tecnología, también que tenemos que caminar hacia delante, hacia el futuro pero sin el pasado nosotros no somos nada''
''Si yo conozco una cuñada mía que esta obsesionada con el Netflix'''' Yo tengo un primo que esta obsesionado con Netflix eso amanece despierto duerme hasta en un baño, cuando el internet se le pone lento rompe el teléfono, porque hasta se pone nervioso y descontrolado de tanto estar ya obsesionado con Netflix'' '' Un primo mío que él es peluquero y el estaba tan obsesionado con una serie que ya le decía a los clientes que tenía que salir para irse para su casa a ver Netflix''

Familiares de algunos de los participantes y ellos mismo se han visto afectados a raíz del uso de Netflix. '' Mi hermana fue afectada debido a que tomaron ósea los números de la tarjeta de crédito y estaba pagando tres cuentas y ósea ella no se estaba percatado, porque ella no tenia aplicaciones que le dijeran que se estaban cobrando de ahí y cuando ella fue a chequear el corte de la tarjeta, la tarjeta le apareció ya ustedes saben con mucho dinero, tres cuentas por pagar dos meses consecutivo eran seis pagos de 14 dólares'' '' Yo tengo una amiga que cuando yo voy a su casa ni siquiera me pone atención por estar mirando Netflix''

Discusión de resultados

Según el porcentaje de la posible adicción a Netflix según el género y la edad, de los estudiantes de un liceo de secundaria de San Francisco de Macorís, frente al hábito del uso de Netflix, los resultados indican que no existen diferencias importantes en cuanto a la adicción según el género, debido a que, el nivel de adicción se encuentra en un nivel bajo en general, aunque algunos participantes del género femenino presentaron un 8.8% en riesgo de adicción y el otro 8.8% de una posible adicción independiente al género, como quiera fue un nivel bajo, esto puede relacionarse con las diferencias individuales, es congruente con la investigación realizada por Félix et al. (2018) que en sus resultados destaca que las personas reaccionan de manera distinta frente del ambiente.

De igual forma, de acuerdo a la edad en todos los rangos se evidencia un nivel bajo de adicción, de modo más específico en los rangos comprendidos entre 16 y 55 años se evidencia un nivel bajo de adicción a Netflix, cabe señalar que la mayoría de los participantes ven contenido en Netflix como una forma de entretenimiento, esta investigación va en congruencia con la investigación de Mejía y Sierra (2021) sostienen que las plataformas de streaming (Trasmisión) de contenido multimedia son un medio de comunicación unidireccional por suscripción, similar a la televisión por cable, utilizados principalmente con fines de entretenimiento. Gracias a la variedad de opciones que ofrecen por un costo económico, y a la facilidad de uso.

De igual manera, de acuerdo con los participantes los cuales algunos tienen hijos, otros no, los resultados evidenciaron que ambos sacaron un nivel bajo de adicción a Netflix, es importante manifestar que los participantes que tienen hijos presentaron un 8.8% en riesgo de adicción y un 5.9 con una posible adicción, mientras que los participantes que no tienen hijos solo presentaron un 2.9% con una posible adicción, En la búsqueda de antecedentes investigativos no se encontraron investigaciones con resultados similares.

Esta investigación tiene como objetivo también analizar el uso que dedican las familias a Netflix en términos colectivo o individual y conocer sus experiencias vividas o cercanas, en jóvenes estudiantes de un centro educativo de nivel secundario de Los Aguayos San Francisco de Macorís, los resultados obtenidos indican que los participantes presentan una auto percepción de que cuando ven Netflix consumen la mayor parte de su tiempo por estar viendo contenido en el mismo, hasta llegar al punto de tener una obsesión, tanto algunos de ellos, como personas cercanas a los participantes, han tenido un uso excesivo de Netflix, hasta llevar a tener una auto percepción de que tienen una posible adicción, esto puede relacionarse con los efectos que podría dejar el uso constante que podría ocasionar Netflix, Según González(2018) el instituto de Salud Mental y Neurociencia de India se ha convertido en una de las tendencias de muchas discusiones médica, luego de aceptar a un paciente al cual se le diagnosticó con adicción a Netflix. De acuerdo con un artículo en USA Today el cual afirmo que el sujeto se internó luego que confirmo que estaba viendo 7 hora aproximadamente al día de contenido en Netflix.

Además el auto percepción de los participantes es que pasan un tiempo prudente pegados de la pantalla viendo Netflix y pues esto influye a no tener relaciones familiares cohesionadas con los demás miembros de la familia, debido al constante uso que les dan, la relación familiar no es armoniosa, e incluso la relación familiar puede estar viéndose afectada, llevando así a tener relaciones disfuncionales a consecuencia de los mismo, puesto que ellos pasan muchas horas pegados de la pantalla de un televisor ó de cualquier dispositivo viendo contenidos en Netflix, esto es coherente con la investigación de Roa (2013) donde expresa que cuando alguien o varios miembros de la familia hacen un uso problemático de las pantallas. Si en una familia pasan más tiempo mirando pantallas que mirándose entre ellos mismo, muchas de las dinámicas familiares se verán afectadas.

Conclusiones

Al finalizar nuestra investigación pudimos constatar que no existen diferencias importantes en cuanto a la adicción a Netflix según el género, sino que está se presenta en

los estudiantes independientemente de la variable género. La edad juega un papel importante en el grado de adicción encontrándose que las personas más jóvenes son más propensas a volverse adictas al uso de Netflix. Los consumidores de esta plataforma encuentran una gratificante fuente de entretenimiento y esta es la principal causa de su uso.

Encontramos que los usuarios que tienen hijos son más vulnerables a padecer de una posible adicción, mientras que los que no tienen hijos obtuvieron un porcentaje muy mínimo de ser susceptibles a la adicción a Netflix, lo cual puede sonar como algo contradictorio y paradójico.

Las personas consumidoras de Netflix presentan una auto percepción que cuando visualizan contenidos desperdician una gran parte de su tiempo a tal punto de sentirse obsesionados, esto puede relacionarse con los efectos que podría causar el uso constante de Netflix.

Por otra parte, las relaciones familiares se ven afectadas debido a las contantes horas de visualización de contenido mediante los dispositivos móviles por parte de algunos de sus miembros. No obstante, aunque las familias cohesionadas invierten tiempo viendo contenido de forma colectiva, lo realizan a través del uso de la televisión, casi nunca de forma individual.

Referencias

Avilez, B., Uscanga, C. (2018). El funcionamiento familiar como factor clave en la instauración y mantenimiento de hábitos alimentarios saludables. Salud Quintana Roo.

https://google.es/scholar?start=20&q=familias+cohesionadas&hl=es&as_sdt=0,5#d=gs_qa&u=%23p%3D-4fFGqrTQ0YJ

Goñi, T., Capete, E. (2012). Los nuevos modelos de negocio en la distribución de contenidos audiovisuales: el caso de Netflix. *Depósito de Investigación Universidad de Sevilla*, 1. <http://hdl.handle.net/11441/34275>

González, J. R. (2018). ¿la adicción a Netflix es una enfermedad? esta clínica dice que sí. *enter.co*.

https://elpais.com/tecnologia/2018/10/16/actualidad/1539681210_20829

Historia de Netflix. (2021). Netflix. Recuperado 28 de noviembre de 2021, de https://about.netflix.com/es_es

Hernández, M., González, V., Rodríguez, A., Y Ganén, M. (2017). Comunicación, cohesión y satisfacción familiar en adolescentes de la enseñanza secundaria y preuniversitaria. *Cienfuegos* 2014. *MediSur*, 15(3), 341-349. Recuperado en 04 de diciembre de 2021, de http://scielo.sld.cu/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1727-897X2017000300009&lng=es&tlng=es.

Leiva, M., Albornoz, L., Y Gómez, R. (2021). Presentación: Netflix y la transnacionalización de la industria audiovisual en el espacio iberoamericano. *Comunicación y Sociedad*.

https://scholar.google.es/scholar?hl=es&as_sdt=0%2C5&q=Leiva%2C+M.+T.+G.%2C+Albornoz%2C+L.+A.%2C+%26+G%C3%B3mez%2C+R.+%282021%29.+Presentaci%C3%B3n%3A+Netflix+y+la+transnacionalizaci%C3%B3n+de+la+industria+audiovisual+en+el+espacio+iberoamericano.+Comunicaci%C3%B3n+y+Sociedad.&btnG=

Müller, C. (2019). Netflix ¿utopía del usuario? *Unidad sociológica*, 4(Junio 2018-Enero 2019). Recuperado de: <http://unidadsociologica.com.ar/UnidadSociologica13142.pdf>

Mejía, N. (2018). Usos, hábitos, actitudes y experiencias usuario de jóvenes universitarios en el consumo audiovisual de Netflix. *Revista Aportes de la comunicación y la cultura*, 25. Recuperado de: http://www.scielo.org.bo/scielo.php?pid=S2306-86712018000200005&script=sci_arttext

Mejía, D., Y Sierra, P. (2021). Plataformas de streaming y las variables Plataformas de streaming y las variables. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC). Published. <https://repositorioacademico.upc.edu.pe/handle/10757/655623>

Nieto, J. C. (2019). Tesis. Recuperado a partir de: <http://repositorio.ug.edu.ec/handle/redug/38647>

Negrete, M. J. (2018). Tecnologías de la información y adicciones: las principales consecuencias culturales de las ciberadicciones a redes sociales para los jóvenes en su etapa adolescente. Liceo Henry Davis, primero, segundo y tercero de bachillerato. Sábado 10 de marzo de 2018. Universidad central del ecuador facultad de comunicación social carrera de comunicación social. Recuperado de: <http://www.dspace.uce.edu.ec/bitstream/25000/16494/1/t-uce-0009-cso-046.pdf>

Paniagua, P. (2021). Netflix en República Dominicana por 8 dólares mensual. *El Caribe*. <https://www.elcaribe.com.do/sin-categoria/netflix-republica-dominicana-por-8-dolares-mensual/>

Perfil de la empresa. (2021). Netflix Inversores. Recuperado 28 de noviembre de 2021, de: <https://ir.netflix.net/ir-overview/profile/default.aspx>

Roa, M. (2013). Que son las adicciones tecnológicas y que consecuencia tiene. Secretaria de estado de servicios sociales.

<http://www.infocoponline.es/pdf/Adicciones tecnologicas.pdf>

Soto, M. A. (2019). Netflix ¿and chill?. *Caleidoscopio - Revista Semestral De Ciencias Sociales Y Humanidades*, 23(41), 9–23. <https://doi.org/10.33064/41crscsh1356>